

SKRIPSI

**PERSEPSI UMAT KATOLIK TERHADAP
MISA DARING MELALUI *LIVE STREAMING* YOUTUBE
DI GEREJA KATOLIK SANTO FRANSISKUS ASSISI PANAKKUKANG**

OLEH :

DEVRI ALEXANDRO FILY RUMATE

E021191010



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2024

PERSEPSI UMAT KATOLIK TERHADAP
MISA DARING MELALUI LIVE STREAMING YOUTUBE
DI GEREJA KATOLIK SANTO FRANSISKUS ASSISI PANAKKUKANG

OLEH :

DEVRI ALEXANDRO FILY RUMATE
E021191010

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting*

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Persepsi Umat Katolik terhadap Misa Daring melalui *Live Streaming* Youtube di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi Panakkukang

Nama Mahasiswa : Devri Alexandro Fily Rumate

No. Pokok : E021191010

Makassar, 8 Maret 2024

Menyetujui,

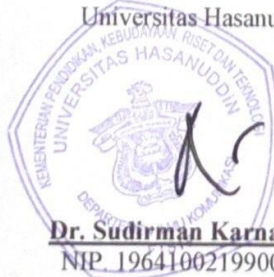
Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si
NIP. 195910011987022001

Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198511182015041001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnav, M.Si
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Broadcasting*. Pada Hari Jumat Tanggal Delapan bulan Maret Tahun Dua Ribu Dua Puluh Empat

Makassar, 8 Maret 2024

Tim Evaluasi

Ketua : Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si.

Sekretaris : Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom

Anggota : 1. Dr. H.M. Iqbal Sultan, M.Si.

2. Dr. Alem Febri Somay, S.Sos, M.Si



(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Devri Alexandro Fily Rumate

NIM : E021191010

Program Studi Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya yang berjudul:

**Persepsi Umat Katolik terhadap
Misa Daring melalui *Live Streaming Youtube*
di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi Panakkukang**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 8 Maret 2024



Devri Alexandro Fily Rumate

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas segala curahan Berkat-Nya sehingga Penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Umat Katolik terhadap Misa Daring melalui *Live Streaming* Youtube di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi Panakkukang”.

Dalam penyelesaian studi dan Penulisan skripsi ini, Penulis banyak mendapatkan rintangan dan hambatan. Namun Pada akhirnya, Penulis dapat menyelesaikan proses Skripsi ini melalui bantuan, tuntunan, bimbingan dari para pihak yang hadir dan membantu Penulis. Untuk itu Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Papa **Mario Delano Rumate, SE** serta Mama **Ir. Devita Lucia Siri Rumate** yang senantiasa menjadi sumber inspirasi, cinta, telah memberikan dukungan tak terhingga. Segenap doa dan penghargaan Penulis haturkan kepada kedua orang tua, Untuk beliau berdualah Skripsi ini, Penulis Persembahkan. Semoga Papa dan Mama selalu diberikan Kesehatan, Kebahagiaan, Rezeki yang cukup dari Tuhan.
2. Kedua Kakak Penulis, **Florenciano Syam Rumate, S.I.P.** dan **Francis Anastasia Sabai Rumate, S.I.Kom.** yang selalu menjadi penyelamat dalam setiap keadaan.
3. Dosen Pembimbing Peneliti, Ibu **Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si.** dan Bapak **Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.** yang selalu memberikan masukan, nasihat, serta dengan kesabaran membimbing Peneliti tidak hanya dalam menyelesaikan skripsi ini namun dalam proses perkuliahan. Peneliti

mengucapkan Terima Kasih dan Permohonan Maaf atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing Peneliti.

4. Dosen Penelaah Skripsi ini, Bapak **Dr. H.M. Iqbal Sultan, M.Si.** dan Bapak **Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.** yang telah memberikan nasihat, serta masukan untuk penelitian skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Bapak **Dr. Sudirman Karnay, M.Si.** atas kehadiran, arahan, serta dedikasi yang luar biasa dari beliau menjadi pendorong dalam menyelesaikan penelitian ini, Beserta dengan jajaran para dosen terima kasih untuk segala ilmu, dukungan, serta motivasi.
6. Ibu **Janisa Pascawati** yang sudah meluangkan waktu, pemikiran, dan segala bantuan kepada penulis sejak awal penulisan skripsi ini hingga ketahap akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Staf Administrasi Departemen Ilmu Komunikasi **Ibu Ida, Ibu Ima, Pak Jufri,** Terima Kasih atas segala bantuan dalam bidang administrasi dari awal hingga masa akhir kuliah.
8. Yang Mulia, **Mgr. John Liku-Ada'** beserta **RD Leo Paliling, RD Markus Paretta, RD Daud Labolo, RD Made Markus** yang telah mengizinkan juga mendukung serta mendoakan penulis dalam pembuatan skripsi ini.
9. Bapak **Mirudy Siri,** Bapak **Adhy Sebastian Siri,** Ibu **Marylyn Rumintjap,** Bapak **Yunggi Adrian Siri,** om dan tante dari penulis Terima kasih untuk segalanya yang telah dilakukan dalam mendukung penulis

menyelesaikan perkuliahan di Makassar. Juga kepada Bapak **Andre Hehanussa** yang telah membantu Penulis Ketika melakukan Magang.

10. E021191089, Terima Kasih atas dukungan yang telah diberikan, telah sabar membantu penulis dengan segala usaha dan caranya, semoga dalam masa kedepan, **Nung** bisa selalu membawa kebahagiaan kepada siapapun dan diri sendiri Harus berbahagia.
11. *BestieQ*, **Muhammad Pahlevi Shadiq** dan **Muhammad Ruhul Saputra**, “apapun *circlenya* , Didi dan Ruhul teman ceritanya”,Terima kasih telah mengisi masa-masa kuliah dengan segala cerita lucu dan sedih yang akan kita ceritakan Kembali di masa depan, mohon maaf jika penulis selalu membuat susah. Beserta dengan Sobat BC parapara **Noca, Teguh, Ruby, Dina, Vira** semoga semua rencana bersama bisa terwujudkan.
12. *Brother From another Mother*, **Bryan, Richard, Veren, Ino** yang sudah setia dan mendukung peneliti sejak remaja hingga tumbuh dewasa Bersama, semoga kita semua bisa bersama meraih kesuksesan.
13. Para Saudara **DH** ku, **Izul, Bisma, Lucky, Gazal, JB, Reja, Imeng, LDabie, Dany, Halik, Aldi, Teguh, Alam, Rifqan, Arel, Beccu**, telah mendukung dan mengisi masa remaja penulis dengan banyak memori, semoga kita semua bisa sukses di bidang masing-masing.
14. Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Kosmik) sebagai tempat penulis belajar , Terima Kasih kepada semua **Pengurus Kosmik Periode XXXIII**, Kak Agus, Kak Fathur, Kak Nuga, Kak Ukong, Kak Ira, Kak Appi, Kak Gilang, Kak Helen, Kak Aldo, Kak Boim, Kak Nade, Kak Afra, Kak Tata,

Kak Anggi, Nopal, Latifa, Laqul, Tori, Aziz, Rifqi, Sadam, Ipang, Dhila, Noca Bersama dengan *Teamwork Broadcasting Asemlehoj*. Terima Kasih pula kepada **Pengurus Kosmik Periode XXXIV**, Rifqi, Ichwan, Noca, Ratri, Dhila, Dimpu, AL, Citra, Ajiz, Akki, Aqil, Cahya, Stipen, Dilsky, In, Ifkar, Iqbal, Dina, Faiq, Qinaw, Ruhul, Didi. *“leburkan jiwa dalam kejayaan Biru Merah”*.

15. **AURORA Kosmik 2019**, *“Kalaupun lama Walaupun jauh kita kan selalu menyatu”*.

16. Teman-teman D’Frams *Production*, **Pak Rivan, Pak Dodo, Kak Willem, Ce Yulie, Kak Iwan, Kak Adit, Aldo, Aldy, Adit, Christo, Maria, Kak Mona, Bang Teddy**. Terima Kasih atas penerimaan dan kebersamaannya dalam melayani Gereja Santo Fransiskus Assisi.

17. Opa **Kol (Purn)**. **dr. Leo Syamsir Siri** dan Oma **Josefien Sangki**, Opa **Drs. Frans Andries Rumate** dan Oma **Dra. Maris Stella Julia Memah** yang memberikan kasih sayang kepada penulis, karena doa kalian penulis bisa sampai di tahap ini.

Akhir kata, atas segala usaha dan perjuangan yang penulis lakukan serta bantuan, bimbingan dan semangat yang telah penulis terima dari berbagai pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Semoga Tuhan membalasnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan siapa saja yang membacanya.

Makassar, 8 Maret 2024

Penulis
Devri Alexandro Fily Rumate

ABSTRAK

DEVRI ALEXANDRO FILY RUMATE. *Persepsi Umat Katolik terhadap Misa Daring Melalui Live Streaming Youtube Di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi Panakkukang.* (Dibimbing oleh Prof.Dr.Jeanny Maria Fatimah, M.Si. dan Nosakros Arya,S.Sos.,M.i.Kom) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi umat Katolik terhadap Misa Online melalui Live Streaming YouTube selama masa pandemi COVID-19. Fokus penelitian mencakup apakah pengalaman dan makna ibadah dalam Misa Online setara dengan Misa tatap muka di gereja. Metode penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif dengan data yang diperoleh melalui kuisioner dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar umat gereja merasa senang dan khidmat selama mengikuti Misa daring melalui YouTube, memberikan penilaian positif terhadap penampilan petugas liturgi, gestur imam,, serta aspek teknis seperti tata letak pengambilan gambar dan iringan musik. Faktor-faktor ini dianggap penting dalam meningkatkan kualitas Misa Online. Faktor eksternal, seperti keadaan pandemi dan aturan pemerintah, juga diakui mempengaruhi pelaksanaan Misa daring. Studi ini memberikan wawasan tentang adaptasi umat Katolik terhadap perubahan format ibadah selama pandemi.

Kata Kunci: Misa Daring, Siaran Langsung YouTube, Persepsi Umat Katolik, Kualitas Penayangan, Adaptasi beribadah

ABSTRACT

DEVRI ALEXANDRO FILY RUMATE. *The Perception Of Catholic Congregation Towards Online Mass Through Youtube Live Streaming At Saint Francis Of Assisi Catholic Church, Panakkukang (Supervise by Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si. and Nosakros Arya, S.Sos., M.i.Kom)* This research aims to analyze the Catholic community's perception of Online Mass via YouTube Live Streaming during the COVID-19 pandemic. His research focuses on whether the experience and meaning of worship in online Mass is equivalent to face-to-face Mass in church. The research method used is descriptive statistical analysis with data obtained through questionnaires and literature studies. The findings show that the majority of the church community felt joy and solemnity during online Mass via YouTube, giving positive assessments of the performance of liturgical officials, the priest's body movements, etc., as well as technical aspects such as the layout of camera shots and accompanying music. These factors are considered crucial in improving the quality of Online Mass. External factors such as the pandemic situation and government regulations are also acknowledged to influence the implementation of online Mass. This study provides insight into Catholics' adaptation to changes in worship formats.

Keywords: *Online Mass, YouTube Live Streaming, Catholic Community Perception, Viewing Quality, Worship Adaptation.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	2
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Kerangka Konseptual	8
1. Misa Daring	9
2. Livestreaming Youtube	11
3. Persepsi Khalayak	13
4. Teori Perbedaan Individu	17
F. Hipotesis	20
G. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian	21
H. Metode Penelitian	23
BAB II	29
TINJAUAN PUSTAKA	29
A. Konsep Dasar Komunikasi	29
B. Komunikasi Massa	33
C. New media	37
D. Misa Daring	39
E. Persepsi Khalayak	41
G. Teori Perbedaan Individu	43
BAB III	46

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	46
A.Sejarah Singkat Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi – Panakkukang.....	46
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A.Hasil Penelitian.....	50
1.Karakteristik Responden	50
2.Variabel Penelitian	55
3.Uji Validitas.....	67
4.Uji Reliabilitas.....	70
B.Pembahasan.....	70
1.Persepsi umat katolik terhadap misa daring melalui live streaming youtube.....	71
2.Faktor pendukung dan penghambat dalam mengikuti misa daring melalui live streaming youtube	74
BAB V.....	76
PENUTUP.....	76
A.Kesimpulan.....	76
B.SARAN.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kerangka Persepsi Menurut Jalaluddin Rakhmat	16
Tabel 1.2 Kerangka Konseptual	19
Tabel 1.3 Variabel Penelitian	21
Tabel 4. 1 Distribusi responden berdasarkan usia.....	50
Tabel 4. 2 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel 4. 3 Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir	52
Tabel 4. 4 Distribusi responden berdasarkan status keikutsertaan.....	53
Tabel 4. 5 Distribusi Responden berdasarkan frekuensi mengikuti misa secara daring	53
Tabel 4. 6 Distribusi responden berdasarkan frekuensi mengikuti misa daring pasca pandemi	54
Tabel 4. 7 Distribusi responden berdasarkan penampilan para petugas liturgi menambah kekhusyukan misa daring	56
Tabel 4. 8 Distribusi responden berdasarkan gesture imam ketika menyampaikan homili membuat penonton seperti menjadi umat di dalam gereja.....	57
Tabel 4. 9 Distribusi responden berdasarkan Gaya Bahasa Imam Ketika menyampaikan Homili sangat khas	57
Tabel 4. 10 Distribusi responden berdasarkan Ekspresi Para Pembaca Sabda dan Mazmur sesuai dengan isi dan membuat penonton lebih menikmati	58
Tabel 4. 11 Distribusi responden berdasarkan Penggunaan Teks petunjuk Lagu & Tanggapan Umat membantu penonton untuk mengikuti misa daring.....	59
Tabel 4. 12 Distribusi Responden Berdasarkan Penataan pengambilan gambar membuat penonton merasa seperti mengikuti Misa Luring.....	60
Tabel 4. 13 Distribusi responden berdasarkan iringan musik dalam tayangan misa daring membuat penonton merasa seperti berada di dalam Gereja.....	61

Tabel 4. 14 Distribusi responden berdasarkan penggunaan media youtube membuat penonton lebih menikmati tayangan misa daring.....	61
Tabel 4. 15 Distribusi responden berdasarkan durasi misa daring sudah proporsional.....	62
Tabel 4. 16 Distribusi responden berdasarkan pernyataan saya merasa senang dan khidmat selama mengikuti misa daring assisi kams melalui youtube.....	63
Tabel 4. 17 Distribusi responden berdasarkan pernyataan Saya mengikuti Misa Daring Assisi Kams melalui youtube dikarenakan faktor eksternal (terpaksa, pandemi, aturan pemerintah, dll)	64
Tabel 4. 18 Distribusi responden berdasarkan pernyataan Saya mengikuti Misa Daring Assisi Kams melalui youtube dikarenakan saya termasuk kedalam anggota umat.....	65
Tabel 4. 19 Distribusi responden berdasarkan pernyataan saya sangat menyukai pelaksanaan misa daring melalui <i>live streaming</i> youtube assisi kams.....	66
Tabel 4. 20 Distribusi responden berdasarkan pernyataan pelaksanaan misa daring melalui <i>live streaming</i> youtube memberikan dampak yang kurang baik apabila dibandingkan dengan misa offline	67
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4. 22 Hasil uji Reliabilitas.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Surat Gembala No.25.03/C1.1/2020 berkaitan dengan Penetapan situasi Darurat COVID-19	3
Gambar 1.2 Perbandingan Jumlah Penayangan (Penonton Live Streaming) di Youtube Assisi Kams Periode Januari 2022 – Oktober 2022 dibandingkan dengan November 2022 – Agustus 2023.....	6

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) telah menjadi pandemi dunia dan menimbulkan berbagai risiko di seluruh dunia serta banyak merubah perilaku serta keseharian masyarakat. Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh SARS-COV2 dan termasuk dalam keluarga besar Corona virus yang dapat menimbulkan penyakit pada manusia dan hewan(Susanna, 2020). Indonesia pertama kali mengonfirmasi kasus Covid-19 pada tanggal 2 Maret 2020 yang disampaikan langsung oleh Presiden Joko Widodo dan seiring berjalannya waktu, jumlah kasus baru (orang terkonfirmasi terpapar Covid-19) meningkat dengan pesat dan mencapai Rekor tertinggi pada 15 Februari 2022 dengan tambahan 57.049 kasus baru Covid-19, Sehingga mencapai akumulasi menjadi 4.901.328 Terkonfirmasi Positif (Herlina Kartika, 2022).

Dengan hadirnya Pandemi Covid-19 menuntut perubahan sosial secara masif yang tidak direncanakan atau disangka sebelumnya, Perubahan yang kemudian terjadi secara sporadic (secara tiba-tiba dan tidak merata), juga tidak dikehendaki masyarakat sebelumnya, masa ini memaksa komunitas masyarakat harus adaptif terhadap berbagai perubahan sosial yang diakibatkan Covid-19 yang dapat menggoyahkan nilai dan norma sosial yang telah berkembang dan dianut oleh masyarakat selama ini. Masa pra-pandemi kini harus dipaksa menyesuaikan dengan standar protokol kesehatan yang dalam upaya penanganan Pandemi Covid- 19

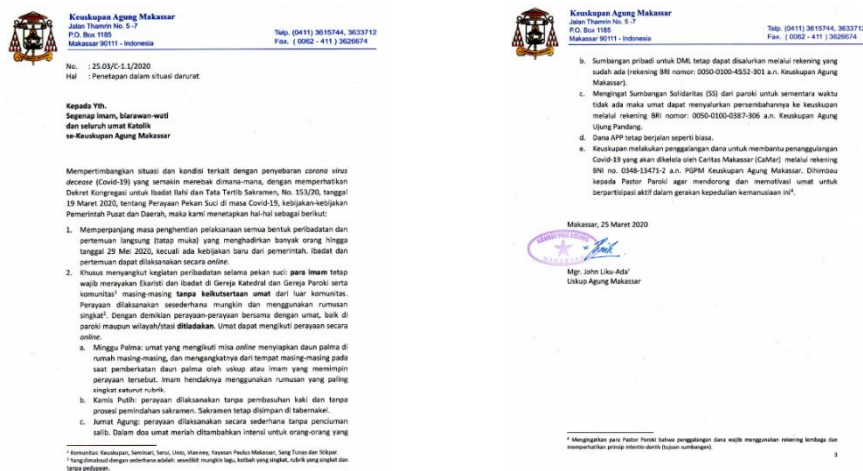
tersebut, Pemerintah Indonesia membuat berbagai regulasi dan pertama kali diterbitkanlah Peraturan Pemerintah Indonesia No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) yang mengatur Pembatasan kegiatan keagamaan dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum.

Dalam Konsep suatu lembaga atau organisasi, Komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih (Sylvia et al., 2005). Komunikasi menjadi salah satu poin utama dalam Gereja Katolik yang menghadirkan Perayaan Ekaristi (Misa) berdasarkan pada sifatnya, yakni *communio* (Yuniar, 2013).

Gereja Katolik menekankan pada umatnya untuk berpartisipasi aktif dalam menghadiri Misa seperti yang termaktub dalam Perintah Gereja yakni untuk mengikuti perayaan Ekaristi pada hari Minggu dan hari-hari raya yang diwajibkan, hal ini terjadi agar semua umat katolik menjadi satu bagian dan tidak menjadi orang luar atau penonton yang bisu di dalam Persekutuan Gereja Katolik.(R. Hardawiryana, 2009)

Umat Katolik ketika melaksanakan Perayaan Ekaristi tentunya wajib hadir dan berkumpul bersama umat lainnya di Gereja ataupun tempat berkumpul umat lainnya, namun dalam masa Pandemi COVID-19 hal ini tidak dapat terjadi akibat dari sifat menular dari penyakit tersebut yang dapat membahayakan.

Seiring dengan hal itu, Gereja Katolik melalui Keuskupan Agung Makassar menerbitkan surat Gembala No. 25.03/C-1.1/2020 bertandatangan Uskup Agung Keuskupan Agung Makassar, Mgr. John Liku-Ada', perihal Penetapan dalam Situasi darurat, yang menetapkan perpanjangan masa penghentian semua pelaksanaan peribadatan dan pertemuan secara langsung (tatap muka) yang menghadirkan banyak orang sampai pada adanya kebijakan baru dari pemerintah, kegiatan peribadatan dilaksanakan secara *online* (daring).



Gambar 1.1 Surat Gembala No.25.03/C1.1/2020 berkaitan dengan Penetapan situasi Darurat COVID-19

Peraturan yang telah disampaikan melalui surat tersebut menjadi pusat perhatian Gereja di Wilayah Keuskupan Agung Makassar, sehingga semua protokol kesehatan COVID-19 wajib dilaksanakan setiap Gereja Paroki (Persekutuan umat beriman dalam batas-batas geografis tertentu dalam lingkup Keuskupan yang dikepalai oleh seorang Pastor Paroki yang berada di bawah otoritas Uskup yang diwakilinya. Paroki dibagi Lingkungan-lingkungan).

Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi Panakkukang yang merupakan salah satu Paroki berada dibawah Keuskupan Agung Makassar berkedudukan di

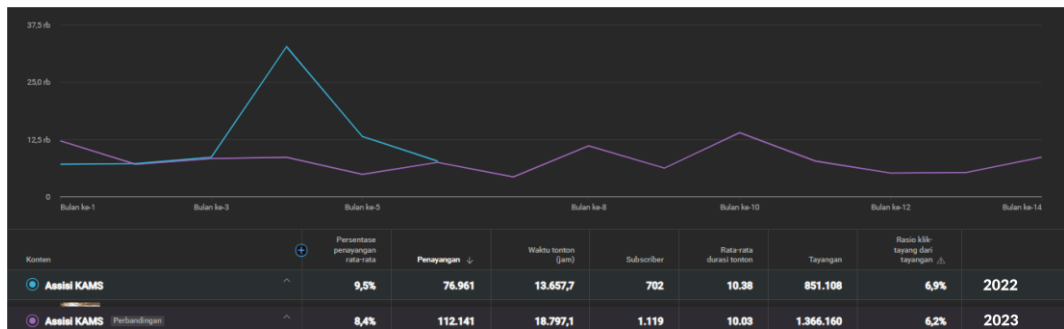
Kevikepan Makassar (istilah untuk pembagian wilayah di dalam keuskupan yang dibentuk oleh uskup dan dipimpin oleh (vikep) vikaris episkopal), menjalankan perintah uskup tersebut dengan menyelenggarakan misa secara daring *Live Streaming* melalui kanal Youtube Assisi Kams, untuk melayani umat agar tetap bisa menyelenggarakan ibadah di rumah masing – masing, terkhusus umat yang berada dalam wilayah Paroki Santo Fransiskus Assisi Panakkukang.

Fitur *Live Streaming* (Siaran langsung) pada aplikasi Youtube adalah sarana terbaik saat ini untuk memudahkan pemilik akun dalam menjangkau komunitas / *audience* nya secara *real-time*. Pengemasan dalam penyiaran secara langsung ini tentu dapat mempengaruhi khalayak yang mengikuti misa daring ini karena jika faktor pengemasan ini tidak sesuai maka pesan yang diserap oleh komunikan dapat menimbulkan suatu makna yang berbeda. (Sitar & Karsa, 2019)

Penelitian mengenai Persepsi perpindahan dari luring ke daring telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti (Wijayanengtias & Claretta, 2020) dengan judul “Persepsi Mahasiswa Surabaya Tentang Kuliah *Online* Saat Pandemi Covid-19”, menyimpulkan beberapa tanggapan dari mahasiswa yang menganggap perkuliahan daring cukup efektif dengan antusias dan respon yang baik, dan juga beberapa menanggapi walaupun terkadang terdapat beberapa kendala karena kekurangan fasilitas dan terkendala jaringan internet tetapi masih dapat teratasi. Proses Persepsi diatas dapat terjadi Ketika munculnya respon yang dibentuk dari pihak kampus yang memberikan perkuliahan dan diterima secara langsung bisa mengalami perbedaan pada masing masing mahasiswa yang mengikuti kuliah daring ini.

Penelitian yang berkaitan dengan Misa Daring telah dilakukan oleh beberapa peneliti, salah satunya yang dilakukan Alfonsus No Embu, S.Fil., M.Hum (2020) berjudul Pengalaman Postreligijs dan Media Sosial Digital dalam Praktek Misa *Online* di Masa Pandemi Covid-19, yang mendapatkan hasil bahwasannya pengalaman dalam mengikuti misa *online* yang memanfaatkan teknologi *Live Streaming* dalam masa pandemi menjadi pengalaman yang baru dirasakan dalam memenuhi kebutuhan rohani, juga didapatkan beberapa faktor yang tidak dapat diperoleh yakni, kehadiran secara langsung bersama Pastor (Imam) sebagai pemimpin Ibadah.

Misa *Online* terpaksa harus hadir akibat dari munculnya Pandemi COVID-19, sehingga umat katolik tidak dapat hadir secara langsung di Gereja untuk beribadah, dan seiring berjalannya waktu Pandemi COVID-19 telah mereda Gereja sudah mulai melaksanakan aktivitas peribadatan secara *offline* tatap muka, namun penayangan *Live Streaming* Misa masih dilakukan dan masih tetap diikuti oleh umat katolik tertentu, peristiwa ini menjadi menarik untuk diteliti karena muncul masalah dan pertanyaan yakni, apakah umat dapat mengikuti Misa *Online* dan makna yang didapatkan sama dengan ketika menjalankan ibadah secara langsung tatap muka di dalam Gereja, Perbedaan Persepsi dapat terjadi karena munculnya perbedaan pengetahuan dan cara pandang tentang pesan dalam Misa *Online* melalui faktor-faktor yang mendukung proses Misa *online* secara *Live Streaming* Youtube yang baik.



Gambar 1.2 Perbandingan Jumlah Penayangan (Penonton Live Streaming) di Youtube Assisi Kams Periode Januari 2022 – Oktober 2022 dibandingkan dengan November 2022 – Agustus 2023

Sumber: Youtube Studio/Assisi Kams

Dalam Pra-Penelitian yang dilakukan, ditemukan data Umat yang mengikuti Misa secara Luring di Gereja, Ketika Protokol Gereja masih sangat ketat dengan kondisi pengaturan kursi di dalam Gereja 6 Baris X 30 Deret Kursi X 3 Orang ditambah kursi di luar Gedung Gereja yang masih dibatasi jarak 1,5 M antar kursi Rata-rata pengunjung berkisar 1250-1260 Orang (November 2022), sedangkan pada saat Kondisi Pengaturan kursi di dalam Gereja 6 Baris X 40 Deret Kursi X 5 Orang ditambah kursi di luar Gedung Gereja tidak lagi dibatasi jarak 1,5 M Rata-rata pengunjung berkisar 1300-1400 orang.

Pada Masa *Post-Pandemic*, Program Misa Daring di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi – Panakkukang tetap dilanjutkan pelaksanaannya dengan alasan Umat dipandang masih membutuhkan layanan misa daring ini terkhusus kepada umat dengan kalangan umur tertentu yang fisiknya sudah tidak memungkinkan untuk mengikuti misa luring secara langsung di Gereja serta kepada orang-orang yang dalam kondisi tertentu memang tidak dapat datang ke Gereja untuk mengikuti misa luring dengan alasan-alasan tertentu, seperti dalam keadaan sakit dan lain-lain.

Berdasarkan pada uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan awal bahwa Misa *Online* yang disiarkan secara langsung (*Livestreaming*) melalui media Youtube dapat digunakan sebagai media komunikasi massa untuk mempengaruhi persepsi dari khalayak, termasuk Umat Gereja Katolik Paroki Santo Fransiskus Assisi Panakkukang, Misa *Online* mengandung banyak informasi dan penuh akan makna terkait dengan penghayatan iman katolik dan dapat mempengaruhi persepsi khalayak yang mengikuti Misa *Online* secara Live Streaming melalui kanal youtube Assisi Kams. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengetahui bagaimana “**Persepsi Umat Katolik terhadap Misa Daring Melalui Live Streaming Youtube Di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi Panakkukang**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penting,yaitu:

1. Bagaimana Persepsi Umat Katolik terhadap Misa Daring melalui *Live Streaming Youtube*?
2. Bagaimana faktor pendukung & penghambat seseorang dalam mengikuti Misa daring?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk menganalisis bagaimana Persepsi Umat Katolik terhadap Misa Daring melalui Live Streaming Youtube.

- b. Untuk menganalisis bagaimana faktor pendukung & penghambat seseorang Ketika mengikuti Misa Daring.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baik pembaca maupun peneliti serta bisa menjadi acuan bagi yang ingin melakukan penelitian serupa di masa depan serta sebagai sarana pengembangan Ilmu Komunikasi untuk memperkuat teori terkait dengan tanggapan khalayak terhadap kualitas penyayangan.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi Gereja dan umat beragama katolik ketika kehadiran secara langsung untuk beribadah di Gereja tergantikan dengan ibadah secara daring, Penelitian ini juga menjadi salah satu syarat kelulusan pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

D. Kerangka Konseptual

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang dilakukan melalui media massa modern, seperti televisi, radio, surat kabar, dan film. Everett M. Rogers dalam (Effendy, 2004) juga menyebutkan adanya media massa tradisional, seperti teater rakyat, juru dongeng keliling, dan juru pantun. Selain media massa modern dan tradisional, ada juga media baru, yang menawarkan fitur seperti digitisasi,

konvergensi, interaktifitas, serta pengembangan jaringan yang terkait dengan proses pembuatan dan penyampaian pesan.

Interaktifitas *new media* memungkinkan pengguna memilih informasi yang ingin dikonsumsi, mengontrol *output* informasi yang dihasilkan, dan membuat pilihan sesuai keinginan mereka.

1. Misa Daring

Istilah “Ekaristi” berasal dari kata benda yang dalam Bahasa Yunani *eucharistia* diartikan puji syukur dan berasal dari kata kerja Bahasa Yunani, *eucharistein* yang artinya adalah memuji, mengucapkan syukur (Ardus, 2019). Kata ini menekankan aspek isi dari apa yang dirayakan, yaitu pujian syukur kepada Tuhan.

“Misa” berasal dari Bahasa Latin *Missa* yang diartikan dalam Bahasa Indonesia, yaitu diutus (Ernest, 2004). Kata Misa menjadi sangat populer untuk digunakan bagi seluruh perayaan ekaristi di berbagai Gereja Barat sejak abad V-VI sampai pada Konsili Vatikan II hingga saat ini. Dalam keseharian Gereja Katolik, kata Misa dipahami sebagai arti dari Perayaan Ekaristi, namun Misa berasal dari bagian Ritus Penutup Perayaan Ekaristi, yang dalam Bahasa latin diartikan *Ite, Missa Est!* (Pergilah, kalian Diutus!)(Ignatius, 1996). Penggalan *Ite, Missa Est!* adalah suatu seruan yang sering digunakan pada zaman Romawi kuno, yaitu pada saat suatu pertemuan telah selesai dan ditutup.

Dalam Gereja Katolik, rumusan pembubaran ini dihubungkan dengan penyampaian berkat kepada umat yang mengikuti Ibadah/Perayaan Ekaristi, dengan niatan umat dibubarkan dengan membawa berkat dan umat diutus kembali pada kehidupannya sehari-hari.(Ignatius, 1996)

Adapun Perayaan Ekaristi / Misa dibagi menjadi 4 bagian, yakni:

1. Ritus Pembuka
2. Liturgi Sabda
3. Liturgi Ekaristi
4. Ritus Penutup

Misa Daring menjadi fenomena baru yang dihadapi umat katolik pada masa Pandemi COVID-19 dalam menjalankan Ibadah mingguan yang diwajibkan dan telah menjadi tradisi Gereja Katolik. Fenomena ini kemudian mengubah kebiasaan Umat Katolik, yang mana pada saat mengikuti Misa secara *offline* dapat merasakan Keagungan Tuhan melalui berbagai ritual yang dilaksanakan dalam misa serta melakukan interaksi langsung bersama Imam Pemimpin Perayaan Ekaristi dan umat disekitarnya yang hadir dalam misa secara *offline*.

Umat yang mengikuti misa secara *offline* (Luring) akhirnya harus menjadi “Penonton” ketika mengikuti misa secara Daring, akibat dari Pandemi COVID-19, dari yang sebelumnya terlibat langsung dalam proses peribadatan akhirnya harus berubah dan harus menjadi terbiasa di era pandemi.

Beberapa Gereja, mengeluarkan protokol untuk tetap mengikuti misa di tempat masing masing dalam keadaan seperti mengikuti misa luring, seperti menyalakan lilin di dekat layar dan ketika akan mengikuti misa untuk membersihkan diri dan menggunakan pakaian yang layak serta fokus pada penayangan misa tersebut.

Misa Daring adalah kondisi dimana Pastor / Imam melakukan Perayaan Ekaristi di Gereja / Tempat tertentu lalu ditayangkan prosesnya melalui media digital seperti Internet / TV agar dapat disaksikan oleh Umat, dalam misa *online* ini, umat membutuhkan perangkat elektronik untuk mengakses konten *Livestreaming* ini.

2 Livestreaming Youtube

Secara Teknis, *Streaming* adalah suatu teknologi yang mampu mengkompresi atau menyusutkan ukuran file audio dan video untuk memudahkan proses transfer melalui jaringan internet (Apostolopoulos et al., 2003). Dari sudut pandang prosesnya, *streaming* suatu teknologi pengiriman *file* dari *server*(peladen) ke *client* melalui jaringan dan secara terus menerus kepada perangkat *end-user* atau khalayak

Livestreaming adalah produk audio visual yang ditampilkan/ditayangkan kepada semua orang dalam satu media penyiaran di waktu yang sama persis dengan kejadian aslinya, dengan menggunakan peranti elektronik yang terhubung melalui internet. Dengan fitur ini, khalayak/*audience* dapat melakukan interaksi langsung dengan creator kesukaannya, serta menyaksikan kegiatan yang ditayangkan. Berbagai macam platform telah mempunyai fitur *Livestreaming*, Seperti Facebook Live, Instagram Live, Tiktok Live, dan Youtube Live.

Fitur Youtube *Live* merupakan salah satu pelopor teknologi *Livestreaming* yang diluncurkan oleh Youtube pada tahun 2011 dan awalnya hanya bisa digunakan pengguna pilihan, namun seiring berjalannya waktu, fitur ini kemudian terus

dikembangkan hingga semua pengguna bisa melakukan siaran langsung di Youtube.

Penggunaan Youtube Live sebagai media *Livestreaming* menjadi sering digunakan oleh pengguna dikarenakan fitur-fitur tambahan yang diberikan, seperti dalam aplikasi Youtube tersedia kolom tersendiri untuk *Livestreaming*, sehingga pengguna tidak perlu lagi menggunakan *search bar* untuk mencari konten tersebut, juga dengan menggunakan *tag* yang tepat, konten *Livestreaming* pengguna dapat lebih mudah ditemukan.

Pemilihan Youtube sebagai media penayangan misa daring pun, berdasar pada aksesibilitas aplikasi tersebut, dimana penonton tidak harus memerlukan akun, juga fitur *Share link* yang memudahkan penyebaran akses terhadap konten misa daring.

Dalam menilai kualitas penayangan YouTube, terdapat beberapa aspek yang dapat dinilai dari sudut pandang ilmu komunikasi. Berikut adalah beberapa aspek penting yang bisa menjadi fokus penilaian:

- a. Kualitas Produksi Visual dan Audio: Kualitas produksi audio dan visual sangat berpengaruh terhadap pengalaman penonton. Penelitian (Sundar, S. S., Kang, J., Oprean, D., & Kim, 2013) menunjukkan bahwa kualitas produksi yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan penonton.
- b. Isi Konten dan Informasi: Kualitas isi konten dan keberhasilan dalam menyampaikan informasi penting. Menurut (McQuail, 2010), pesan yang informatif dan relevan akan lebih memikat perhatian penonton.

Referensi:

- c. **Interaktivitas dan Keterlibatan Penonton:** Keterlibatan penonton dan tingkat interaktivitas dapat meningkatkan pengalaman penonton. Penelitian oleh (Ha, L., Yoon, S., & Choi, 2007) menunjukkan bahwa interaksi antara penonton dan pembuat konten dapat meningkatkan kepuasan penonton.
- d. **Keaslian dan Kepercayaan:** Keaslian konten dan kepercayaan penonton terhadap pembuat konten dapat memengaruhi evaluasi kualitas. Menurut (Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorielli, 2016), keaslian dan kepercayaan adalah faktor penting dalam meningkatkan kredibilitas konten.

3. Persepsi Khalayak

Persepsi menurut Joseph Devito (Devito, 2016) adalah proses seseorang menjadi sadar tentang banyaknya stimulus yang mempengaruhi panca indera kita. Persepsi mempengaruhi pesan apa yang kita serap dan makna yang diberikan.

Persepsi adalah suatu proses bagaimana stimuli yang telah disampaikan, kemudian akan diseleksi dan dipahami oleh komunikan. Persepsi mempunyai sifat subjektif dan persepsi terjadi karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitarnya, dalam proses persepsi juga tak jarang didapati perbedaan dengan realitanya. (Setiadi, 2003)

Komunikasi yang efektif tentunya tidak hanya bagaimana merangkai kata saja, namun lebih daripadanya perlu dipertimbangkan bagaimana suatu pesan akan dipersepsikan. Teori persepsi menyatakan bahwa proses penginterpretasian pesan

sangatlah kompleks dan tujuan-tujuan komunikator terkadang sulit tercapai (Romadlonati, 2010)

Persepsi adalah inti dari komunikasi, dan/atau penafsiran, adalah inti dari proses penyandian balik, atau decoding. Brian Fellow dalam (Jalaluddin Rakhmat, 1999) menyatakan bahwa, Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme untuk menerima dan menganalisis informasi.

Dalam Konteks dari persepsi itu sendiri, posisi benar dan salah akan terasa membingungkan, karena berkaitan dengan kemampuan masing-masing orang dalam memandang dan menyimpulkan, sehingga teramat sangat diperlukan komunikasi untuk memaksakan persepsi, “memaksakan persepsi” disini dimaksudkan agar menghindari perbedaan yang terjadi ekstrim antara masing-masing personal dalam suatu lingkungan. Kurangnya informasi akhirnya dapat menimbulkan persepsi yang keliru dan kelengkapan dari informasi itu, dapat membantu komunikasi untuk memilih persepsi yang lebih cermat.

Terdapat tiga efek dari persepsi dalam (Melysa, 2015), yaitu kognitif, afektif, konatif:

1. Efek Kognitif

Efek Kognitif didefinisikan sebagai akibat yang timbul dalam diri komunikasi yang bersifat informatif bagi dirinya. Melalui efek ini akan dibahas bagaimana media massa dapat mengetahui dan mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif.

2. Efek Afektif

Efek Afektif ini kadarnya lebih tinggi dari efek kognitif, yang menjadi tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar menginformasikan kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih daripada itu khalayak diharapkan dapat merasakannya.

3. Efek Konatif

Efek konatif (*behavioral*) adalah akibat yang ditimbulkan terhadap khalayak dalam bentuk Tindakan, kegiatan, ataupun perilaku.

Persepsi khalayak dalam ilmu komunikasi merujuk pada bagaimana audiens atau penerima pesan memahami, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap pesan yang disampaikan oleh pengirim. Kerangka persepsi khalayak dalam ilmu komunikasi menurut (Jalaluddin Rakhmat, 1999):

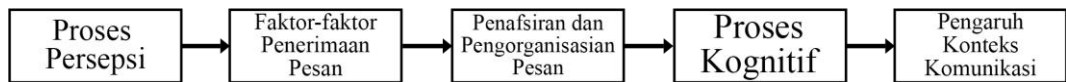
Proses Persepsi: Persepsi khalayak adalah proses mental yang melibatkan penerimaan, penafsiran, pengorganisasian, dan pemberian makna terhadap pesan yang diterima. Proses ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman sebelumnya, nilai-nilai, sikap, dan harapan individu.

Faktor-faktor Penerimaan Pesan: Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi bagaimana khalayak menerima pesan. Faktor tersebut meliputi latar belakang budaya, kepercayaan, pengetahuan, serta sikap dan nilai-nilai individu.

Penafsiran dan Pengorganisasian Pesan: Setelah menerima pesan, khalayak akan melakukan penafsiran dan pengorganisasian terhadap informasi yang diterima. Mereka akan menggunakan pengalaman, pengetahuan, dan persepsi mereka untuk memberikan makna terhadap pesan tersebut.

Proses Kognitif: Proses kognitif merupakan bagian penting dari persepsi khalayak. Khalayak akan memproses informasi secara kognitif, termasuk memperhatikan, mengingat, menghubungkan dengan pengetahuan yang ada, serta membuat kesimpulan atau interpretasi terhadap pesan yang diterima.

Pengaruh Konteks Komunikasi: Pentingnya mempertimbangkan konteks komunikasi dalam memahami persepsi khalayak. Konteks komunikasi meliputi faktor-faktor seperti situasi komunikasi, tujuan komunikasi, media yang digunakan, serta hubungan antara pengirim dan penerima pesan.



Tabel 1. 1 Kerangka Persepsi Menurut Jalaluddin Rakhmat

Jenis-jenis persepsi pada manusia sebenarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (persepsi sosial). Menurut (Deddy, 2001), kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan, yang mencakup:

- a. Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) yang adalah proses interpretasi terhadap objek-objek tak bernyawa yang ada di sekitar lingkungan kita. Dalam tayangan "Misa Daring", persepsi fisik terhadap objek dapat diamati dari berbagai aspek, termasuk kualitas program acara seperti tema liturgi sabda, waktu penayangannya, dan penempatan lowerthird dalam konten tersebut.
- b. Persepsi terhadap manusia (Persepsi Sosial) merupakan proses mengartikan objek-objek sosial dan kejadian yang dialami dalam lingkungan kita. Manusia memiliki sifat emosional, sehingga penilaian

terhadap orang lain dapat mengandung risiko. Persepsi saya terhadap Anda mempengaruhi persepsi Anda terhadap saya, dan sebaliknya, persepsi Anda terhadap saya juga mempengaruhi persepsi saya terhadap Anda. Setiap individu memiliki pandangan yang berbeda mengenai realitas sekitarnya, karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

Aspek penting terkait persepsi khalayak dalam konteks komunikasi, segala sesuatu yang ditayangkan pada media massa dan platform seperti Youtube tentunya akan menimbulkan beragam persepsi pada masing-masing khalayak yang melihatnya.

4. Teori Perbedaan Individu

Teori Perbedaan Individu yang dikemukakan oleh Malvin D. DeFleur secara lengkap dikenal sebagai "*Individual Differences Theory of Mass Communication Effect*" merupakan pengembangan dari teori S-O-R. Teori ini mengkaji variasi di antara individu sebagai audiens media massa ketika mereka terpapar pada pesan media, yang kemudian dapat menimbulkan efek tertentu.

Menurut teori perbedaan individu dalam konteks khalayak sebagai target media massa, setiap orang cenderung secara selektif memberikan perhatian kepada pesan-pesan yang sesuai dengan kepentingan pribadinya, sesuai dengan sikap dan keyakinan mereka, dan sesuai dengan nilai-nilai mereka. Karena struktur psikologis unik setiap orang yang memengaruhi respons mereka terhadap pesan media, efek media pada khalayak bervariasi atau dapat dikatakan beragam tak seragam.

Dasar anggapan dari teori ini adalah bahwa manusia memiliki variasi yang sangat berbeda dalam struktur psikologis secara pribadi. Variasi ini sebagian besar dipengaruhi oleh perbedaan dukungan biologis, namun juga dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang berbeda akan menghasilkan sesuatu yang berbeda pula.

Rangsangan-rangsangan tertentu memengaruhi cara media berinteraksi dengan pesan. Rangsangan-rangsangan ini merupakan bagian dari teori perbedaan individu ini. Dengan asumsi bahwa setiap penonton memiliki perbedaan alami, dapat diantisipasi bahwa efek akan beragam. Tetapi jika kita mempertimbangkan pengaruh variabel kepribadian (menganggap khalayak memiliki karakteristik yang sebanding), teori ini akan tetap memprediksi tanggapan yang sama terhadap pesan tertentu. Khalayak dapat memahami dan menyerap pesan yang disampaikan oleh media dalam tayangan dengan menggunakan teori perbedaan individu ini.

Dalam proses mempersepsikan sebuah tayangan, beberapa tahapan yang melibatkan penerimaan informasi, penafsiran isi pesan, dan pengamatan atas kejadian menarik serta pesan yang terkandung dalam tayangan tersebut akan terjadi. Teori perbedaan individual menyimpulkan bahwa khalayak memiliki karakteristik yang berbeda-beda atau heterogen dalam menerima rangsangan dari media, meskipun pesan atau rangsangan yang disampaikan sama, tanggapan dan persepsi mereka akan berbeda-beda satu sama lain.

Dengan demikian, teori ini mencakup upaya khalayak dalam mempersepsikan sebuah tayangan. Variasi atau karakteristik individu yang berbeda, seperti usia, sikap, minat, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan sebagainya, adalah sumber fenomena ini. Dua hal penting tentang perkembangan individu adalah bahwa setiap orang memiliki ciri-ciri yang sama dalam pola perkembangannya.



E. Definisi Operasional

1. Kanal Youtube Assisi Kams merupakan akun youtube yang dimiliki oleh Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi – Panakkukang.
2. Tayangan adalah suatu video yang dipertontonkan di platform Youtube, yaitu konten Livestreaming Misa Daring di Youtube Assisi Kams.
3. Konten adalah isi dari Youtube *channel* Assisi Kams, berupa Video yang dipublikasikan.
4. Misa Daring/*online* adalah jenis peribadatan umat Katolik dilakukan setiap Hari Minggu/Hari-hari Raya dalam Gereja Katolik yang telah ditentukan, dan disiarkan menggunakan media/platform seperti TV, Youtube, dan lain sebagainya.
5. *Livestreaming* adalah produk audio visual yang ditampilkan/ditayangkan kepada semua orang dalam satu media penyiaran di waktu yang sama persis

dengan kejadian aslinya, dengan menggunakan peranti elektronik yang terhubung melalui internet.

6. Persepsi suatu proses dimana audiens atau penerima pesan memahami, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap pesan yang disampaikan oleh pengirim, Persepsi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Khalayak menyaksikan/mengikuti misa secara daring melalui *Livestreaming* Youtube. Proses terjadinya persepsi adalah: Sensasi, Penerimaan Selektif, Perhatian Selektif, Pemahaman Selektif, Ingatan Selektif.
7. Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*) adalah upaya khalayak mempersepsikan suatu tayangan atau konten dengan hasil yang beragam.

F. Hipotesis

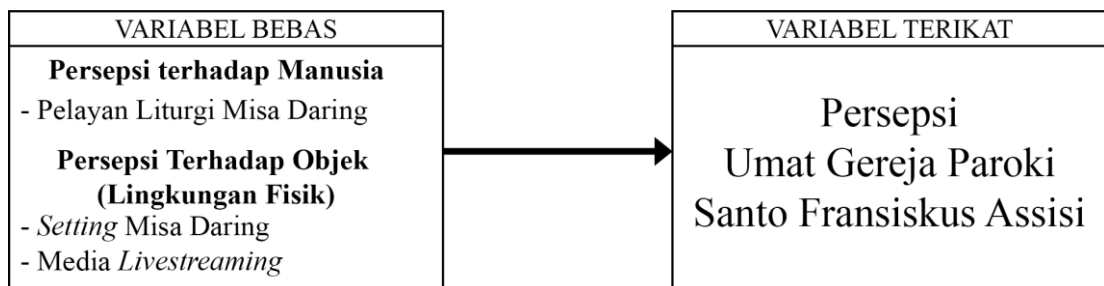
Hipotesis merupakan jawaban awal yang muncul selama proses penyusunan latar belakang dan kerangka konsep dalam Penelitian ini. Hipotesis sementara tersebut disusun untuk memudahkan pelaksanaan penelitian. Berikut adalah hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini:

H₀ : Umat Gereja Santo Fransiskus Assisi – Panakkukang Puas dengan Livestreaming Misa daring Youtube Assisi Kams.

H₁ : Umat Gereja Santo Fransiskus Assisi – Panakkukang Tidak Puas dengan Livestreaming Misa daring Youtube Assisi Kams.

G. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian

- a. Variabel bebas adalah variabel yang hadir dengan tujuan mempengaruhi variabel lain, sehingga variabel bebas menjadi penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya yang kemudian menjadi akibat pada variabel terikat.
- b. Variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat dari variabel sebelumnya, variabel ini adalah hasil yang diasumsikan tergantung pada efek dari variabel bebas.



Tabel 1.3 Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Persepsi Terhadap Manusia	Pelayan Liturgi Misa Daring	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan Para Petugas Liturgi menambah kekhusyukan misa daring. 2. Gesture Imam Ketika menyampaikan Homili membuat penonton seperti menjadi umat di dalam Gereja. 3. Gaya Bahasa Imam Ketika menyampaikan Homili sangat khas. 4. Ekspresi Para Pembaca Sabda dan Mazmur sesuai dengan isi dan membuat penonton lebih menikmati.

Persepsi Terhadap Objek	<i>Setting Misa Daring</i>	<p>1. Penggunaan Teks petunjuk Lagu & Tanggapan Umat membantu penonton untuk mengikuti misa daring.</p> <p>2. Penataan pengambilan gambar membuat penonton merasa seperti mengikuti Misa Luring.</p> <p>3. Iringan musik dalam tayangan misa daring membuat penonton merasa seperti berada di dalam Gereja.</p>
	<i>Media Livestreaming</i>	<p>1. Penggunaan Media Youtube membuat penonton lebih menikmati tayangan Misa Daring.</p> <p>2. Durasi Misa Daring sudah Proporsional.</p>

1. Persepsi Umat Gereja Paroki Santo Fransiskus Assisi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan Umat terhadap tayangan Misa Daring di Kanal Youtube Assisi Kams.
2. Liturgi adalah ibadat penyembahan yang dilaksanakan oleh anggota Gereja Katolik secara keseluruhan, yaitu Kepala dan anggota-anggotanya.
3. Petugas liturgi adalah petugas-petugas yang umumnya membantu dan mendukung liturgi yang dipimpin pelayan liturgi (Imam).
4. Imam dalam Misa adalah Pastor yang memimpin Peribadatan.
5. Pembaca Sabda dan Mazmur adalah Petugas Liturgi yang telah ditentukan sebelumnya dan bertugas untuk membacakan Kitab Suci Alkitab.

H. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan berlangsung selama lebih kurang 2 Bulan terhitung pada bulan September 2023 hingga November 2023. Penelitian ini direncanakan akan berlangsung di Kota Makassar yang bertempat di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi – Panakkukang, Jalan Letjen Hertasning No. 102.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif, Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang berakar pada filsafat positivisme.

Pendekatan ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dalam hal ini, adalah umat Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi - Panakkukang. Dengan Metode penelitian kuantitatif fokus pada pengumpulan data melalui instrumen penelitian yang kemudian dianalisis secara statistik. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3. Jenis dan Teknis pengumpulan data

Teknik Pengumpulan data dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan dengan cara menyebar kuisisioner dengan pertanyaan terstruktur. Kuisisioner merupakan suatu metode pengumpulan data yang berisi beberapa pertanyaan relevan dengan penelitian, dengan harapan dapat memberikan gambaran yang akurat dan menggambarkan suatu permasalahan yang

sedang diteliti. Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan sebagai alat pengukuran untuk menilai hasil dari penyebaran angket.

Dalam penelitian ini, teknik angket digunakan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi Umat Gereja Katolik Paroki Santo Fransiskus Assisi Panakkukang terhadap Misa Daring di YouTube Assisi Kams. Pertanyaan-pertanyaan dalam angket dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas penayangan, dan terdiri dari lima (5) item. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert, yang merupakan alat untuk mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek atau isu (Rachmat, 2012). Variabel kualitas penayangan misa daring diberikan penilaian:

- 1) Sangat Setuju (SS) = 5
- 2) Setuju (S) = 4
- 3) Netral (N) = 3
- 4) Tidak Setuju (TS) = 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Skala Likert digunakan karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan jenis pengukuran lainnya. Selain relatif mudah digunakan, menurut Lisita dan Green, skala Likert mencerminkan keragaman skor sebagai hasil dari penggunaan skala mulai dari 1 hingga 5.

Dalam dimensi kualitas penayangan misa daring dan kepuasan penonton, skala ini menunjukkan tingkat pendapat penonton tentang penayangan yang mereka terima, yang lebih dekat dengan kenyataan.

b. Data Sekunder

Merupakan kumpulan dari studi literatur, baik yang berasal dari buku, serta sumber lainnya yang bersifat relevan dengan fokus permasalahan. Dalam penelitian ini, metode studi pustaka dilakukan dengan mencari referensi buku dan jurnal serta melakukan wawancara ke pihak terkait.

4. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam konteks penelitian adalah wilayah atau kelompok objek yang dijadikan sebagai fokus generalisasi oleh peneliti dalam studinya. Dalam penelitian ini Umat Gereja Katolik Paroki Santo Fransiskus Assisi Panakkukang menjadi subjek penelitian dalam penentuan dengan total sebanyak 2200 Orang (Basis Data Umat Paroki Santo Fransiskus Assisi-Panakkukang,2023).

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti, yang dipilih berdasarkan karakteristik yang diharapkan mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, jumlah umat di Gereja Katolik Santo Fransiskus Assisi Panakkukang digunakan sebagai acuan untuk menentukan sampel, dengan total populasi sebanyak 2200 orang.

Peneliti menggunakan metode sampel berstrata proporsional (*proportional stratified sampling*) dan penentuan besaran sampel penelitian ini akan menggunakan Tabel Isaac & Michael dalam (Sugiyono, 2010):

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Maka dari itu, jika jumlah N (Populasi) 2200, maka sampel yang dibutuhkan adalah 301. Pendekatan Isaac & Michael berdasarkan tingkat kesalahan 5%, yang berarti sampel yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan sebesar 95% terhadap populasi.

5. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis statistik deskriptif, yaitu metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi.

Data yang diperoleh melalui kuisisioner dan studi literatur digunakan sebagai data penunjang, yang kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS dengan skala Interval dan Ordinal (Likert).

Dalam penggunaan skala Likert, variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen, yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan.

Setelah data diperoleh melalui kuesioner, analisis statistik akan dilakukan dengan menggunakan tabel frekuensi dan kemudian dijelaskan secara deskriptif.

Analisis ini bertujuan pula untuk mendeskripsikan karakteristik dari responden yang telah mengisi kuesioner berdasarkan demografinya, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan.

Kemudian, jawaban dari responden akan ditemukan dari besarnya interval kelas mean setelah diketahui, lalu akan dibuat rentang skala agar dapat diketahui berapa mean (rata-rata) penilaian yang dilakukan responden terhadap setiap variabel yang ditanyakan. Contoh rentang skala (mean) tersebut akan ditunjukkan seperti berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan hasil 0.8 maka dapat disimpulkan kriteria rata-rata (mean) jawaban responden adalah:

1.00 - 1.80	Sangat Tidak Puas/Sangat Buruk
1.90 - 2.60	Tidak Puas/Buruk
2.70 - 3.40	Cukup Puas/Cukup Baik
3.50 - 4.20	Puas/Baik
4.30 - 5.00	Sangat Puas/Sangat Baik

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Dasar Komunikasi

Communication yang berarti komunikasi, communicationem atau communication yang berarti berbagi, menginformasikan, menyampaikan, membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih yang mana secara harfiah diartikan communis (Cangara, 2019), Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996) mendefinisikan komunikasi demikian: *"A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel"* (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.) Hoveland (1948) mendefinisikan komunikasi, demikian: *"The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behaviour of other individu"*.

(Komunikasi adalah proses di mana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain) Gode (1969) memberi pengertian mengenai komunikasi, sebagai berikut: *"It is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some"* (Komunikasi adalah suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula monopoli oleh satu atau beberapa orang).

Cherrey sebagaimana dikutip oleh Anwar Arifin (1995) mengatakan bahwa *"Communication is essentially the relationship set up by the transmission of stimuli and the evocation of response"* Raymond S. Ross (1983) mendefinisikan komunikasi sebagai

suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator yaitu Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981). Menurut T. Hani Handoko (2012) yang dikutip pada buku dasar-dasar komunikasi, Komunikasi adalah suatu proses perpindahan informasi atau sebuah gagasan kepada orang lain dari orang lain.

Perpindahan ini bukan hanya berdasarkan perpindahan kata-kata tetapi perpindahan tersebut juga termasuk intonasi, ekspresi wajah dan sebagainya agar pertukaran informasi tersebut berhasil. Berdasarkan penjelasan Hani Handoko yang mana pada proses komunikasi membutuhkan seni mengatur intonasi, memahami ekspresi wajah dan juga Bahasa tubuh agar informasi yang disampaikan dapat dipahami sesuai keinginan pengirim pesan.

Adapun syarat komunikasi menurut (Koesmowidjojo, 2021) yaitu:

1. Sumber (source) tempat awal penyampaian informasi/pesan yang bertujuan agar memperjelas isi pesan tersebut, Adapun beberapa sumber komunikasi yaitu: Surat kabar, buku, jurnal dan sebagainya.
2. Komunikan merupakan penerima pesan atau informasi dari komunikator. Adapun penerima pesan ini bisa berupa seorang individu, kelompok, maupun organisasi.
3. Komunikator merupakan pemberi informasi/pesan kepada pihak lain yang disebut komunikan, komunikator juga biasa disebut menjadi perantara yang menyampaikan pesan.

4. Pesan merupakan informasi yang di berikan dari komunikator kepada komunikan. Pesan ini bertujuan agar mempengaruhi, mengubah sikap dan perilaku orang, kelompok atau organisasi lainnya.
5. Saluran merupakan media tempat komunikator memanfaatkan sebagai sarana penyampaian pesan kepada orang lain.
6. Efek merupakan hal terakhir dari syarat komunikasi yang mana hal ini dimaksud merupakan dampak atau pengaruh yang ada setelah pesan tersampaikan. Efek dalam komunikasi ini beragam yang mana terkadang sesuai dengan harapan komunikator atau tidak sesuai dengan komunikator.

Dikutip pada buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang dikutip (Wiryanto, 2005) Berger dan Chaffe (1983) bahwa Komunikasi merupakan cara untuk memahami mengenai proses dan efek dari symbol serta system signal dengan mengembangkan pengujian teori hukum generalisasi untuk menjelaskan bagaimana fenomena yang saling berhubungan dengan produksi, proses dan efeknya.

Pada tahun 1942 di Amerika Serikat, didirikan Speech Association of America (SAA) yang mana hal ini bertujuan agar dapat mengembangkan kajian, penelahan, kritik, pengajaran dan juga implementasi prinsip komunikasi. Pada tahun 1960 SAA mengubah Namanya menjadi International Communicatioan Association (ICA).

Organisasi (ICA) mengambil keputusan bahwa ilmu komunikasi merupakan ilmu disiplin maupun profesi, hal ini membuat salah satu devisi International Communication Association (ICA) membagi masing-masing spesialis ilmu komunikasi antara lain sebagai berikut:

1. Information system (sistem informasi). Mempelajari pengolahan, pemrosesan, penyampaian informasi secara mekanistik dan matematis.
2. Interpersonal communication (komunikasi antarpribadi). Mempelajari hubungan antarpribadi, komunikasi non-verbal dan komunikasi kelompok.
3. Mass communication (komunikasi publik). Mengkaji mengenai media Massa, pesan dan efek yang ditimbulkan.
4. Political communication (komunikasi politik). Menelaah proses penyampaian pesan yang mempunyai konsekuensi terhadap sistem politik.
5. Organizational communication (komunikasi organisasi). Mempelajari gejala komunikasi dalam organisasi dan manajemen.
6. Intercultural communication (komunikasi lintas budaya). Mendalami proses pertemuan antarbudaya dari segi komunikasi.
7. Instructional communication (komunikasi pembelajaran) Mendalami komunikasi dalam proses pendidikan dan penerapan teknologi komunikasi dan informasi.
8. Health communication (komunikasi kesehatan). Menelaah komunikasi dalam penyuluhan kesehatan masyarakat

Menurut Harold D. Lasswell, sebagaimana dikutip oleh (Sendjaja, 2016) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: *Who Says what In which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa mengata-kan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?)

Sedangkan Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (1964) mendefinisikan komunikasi, sebagai berikut: "*Communication: the transmission of information, ideas, emotions, skills, etc. by the uses of symbol...*" (Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi)

Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak telah diperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver (1949), bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

B. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan salah satu komunikasi yang berpengaruh kepada manusia (human communication). Komunikasi Massa diambil dari kata Bahasa Inggris yaitu Mass Communication, yang mana merupakan kependekan dari mass media communication (Komunikasi Media Massa) Komunikasi yang dilakukan menggunakan media Massa. Istilah ini juga diartikan sebagai saluran yaitu media Massa. Dikutip pada buku Teori Komunikasi Massa (Wiryanto, Teori Komunikasi Massa, 2000) yang mana menurut Berlo (1960), Massa dalam komunikasi disebut juga sebagai orang banyak yang mana Massa diartikan meliputi

semua orang yang akan menjadi sasaran alat komunikasi Massa atau orang-orang pada saluran lain. Komunikasi Massa melibatkan komunikasi dengan khalayak Massa dan karenanya Namanya Massa komunikasi. Komunikasi kelompok kini telah diperluas dengan alat komunikasi Massa: buku, pers, bioskop, radio, televisi, video dan internet. Komunikasi Massa umumnya diidentikkan dengan hal tersebut media Massa modern, tetapi harus dicatat bahwa media ini adalah proses dan tidak boleh disalahartikan sebagai fenomena komunikasi itu sendiri. Daniel Lerner menyebut mereka 'pengganda mobilitas' dan Wilbur Schramm menganggap mereka sebagai 'pengganda ajaib'. Memang, keduanya istilah 'komunikasi Massa' dan 'media Massa' adalah tidak sesuai dengan konteks masyarakat yang sedang berkembang.

Massa komunikasi didefinisikan sebagai 'perangkat mekanis apa pun. DeFleur & Dennis – "Komunikasi Massa adalah sebuah proses di mana komunikator profesional menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara luas, cepat dan terus menerus untuk membangkitkan makna yang dimaksudkan dalam Besar dan beragam khalayak dalam upaya untuk mempengaruhi mereka dalam berbagai cara." (Pengantar Ilmu Komunikasi, 2022), adapun Karakteristik Komunikasi Massa yaitu:

1. Mengarahkan pesan ke arah yang relatif besar, audiens yang heterogen dan anonim.
2. Pesan dikirimkan secara public.
3. Pesan durasi pendek untuk segera konsumsi.
4. Umpan balik tidak langsung, tidak ada atau tertunda.

5. Biaya per paparan per individu minimal.
6. Sumber milik organisasi atau Lembaga.
7. Kebanyakan satu arah.
8. Melibatkan banyak pilihan yaitu sedang memilih audiensnya (koran untuk melek huruf) dan audiens memilih media (miskin, buta huruf pilih radio).
9. Perlunya media yang lebih sedikit untuk menjangkau luas dan khalayak luas karena jangkauan luas setiap Komunikasi dilakukan oleh lembaga social yang responsif terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi.
10. Komunikasi yang berhubungan dengan membujuk atau mempengaruhi perilaku, sikap, pendapat atau emosi dari orang atau penerima informasi.

Fungsi Komunikasi Massa:

1. *To inform*: penyebaran informasi merupakan salah satu fungsi utama komunikasi Massa, yang mana koran, radio, dan tv menggambarkan suatu peristiwa.
2. *To entertain*: Fungsi Massa yang paling umum komunikasi adalah hiburan. Radio, televisi dan film pada dasarnya adalah media hiburan. Bahkan surat kabar memberikan hiburan melalui komik, kartun, feature teka teki silang dll, Hiburan melalui radio terutama terdiri dari musik dan juga drama, talk show, komedi dll. Televisi terutama telah menjadi hiburan sedang. Bahkan saluran yang sangat terspesialisasi seperti berita, saluran alam dan satwa liar juga memiliki banyak humor dan

konten komik. Di antara semua media, film mungkin satu-satunya media yang berkonsentrasi atau hiburan.

3. *To persuade*: Sebagian besar media Massa digunakan sebagai sarana promosi dan persuasi. Barang, jasa, ide, orang, tempat, peristiwa – berbagai hal yang ada diiklankan melalui media Massa tidak ada habisnya. Media yang berbeda memiliki fitur dan jangkauan yang berbeda. Pengiklan dan biro iklan menganalisis fitur-fitur ini dan bergantung pada sifat pesan dan audiens target, memilih di mana dan bagaimana pesan harus ditempatkan

Komunikasi Massa melibatkan komunikasi dengan khalayak Massa dan karenanya definisi Massa komunikasi menurut DeFleur & Dennis – "Massa Komunikasi adalah suatu proses yang professional komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas, cepat dan terus menerus untuk membangkitkan niat makna dalam audiens yang besar dan beragam dalam upaya untuk mempengaruhi mereka dalam berbagai cara." Kami membutuhkan pengirim, pesan, saluran dan penerima untuk komunikasi terjadi. Selanjutnya ada umpan balik, yaitu respon atau reaksi penerima, yang kembali ke pengirim melalui saluran yang sama atau saluran lain. Unsur lain, yang memainkan dan peran penting dalam komunikasi, adalah kebisingan atau gangguan.

Diamati bahwa istilah Massa komunikasi harus memiliki setidaknya lima aspek: Besar penonton, komposisi penonton yang cukup tidak terdiferensiasi, beberapa bentuk reproduksi pesan, Distribusi cepat dan pengiriman, Biaya rendah untuk konsumen. Komunikasi Massa adalah suatu proses dimana seseorang,

sekelompok orang, atau organisasi mengirimkan pesan melalui saluran komunikasi yang besar kelompok orang anonim dan heterogen dan organisasi.

Komunikasi Massa memiliki hal-hal berikut fungsi dasar: Untuk menginformasikan, Untuk mendidik, Untuk menghibur dan Membujuk. Media Massa adalah istilah yang diterapkan pada perangkat teknis yang digunakan untuk mengirimkan pesan. Mencetak dan elektronik adalah dua klasifikasi utama dari media Massa. Terutama adalah empat kegiatan utama atau fungsi media Massa: pengawasan, korelasi interpretasi, sosialisasi dan hiburan.

C. New media

Istilah *new media* ini berasal dari penggambaran dari beberapa karakteristik media seperti televisi, radio, majalah dan juga koran yang mana bagian dari old media. *New media* merupakan media yang memiliki *digitization, convergence, interactivity dan development of network* terkait pembuatan pesan dan juga penyampaian pesan. Virtual reality, komunikasi virtual, identitas virtual merupakan fenomena hadirnya *new media*, yang mana *new media* menjadi tempat bagi penggunaannya memiliki ruang seluasluasnya di *new media*. Media sosial seperti Youtube dikenal sebagai bagian dari *new media* yang mana muatan interaktifnya dalam bermedia sosial begitu tinggi. Menurut Nasrullah di kutip pada buku (Pengantar Ilmu Komunikasi, 2022) pada bab Komunikasi massa dan media social (Trisno, 2022), media sosial adalah tempat bagi penggunaannya untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membentuk ikatan sosial secara virtual. Boyd dalam Nasrullah 2015 dikutip oleh (Trisno, 2022) media sosial menjadi

tempat berkumpul perangkat lunak yang memungkinkan individu dan organisasi bertemu, berbagi, berkomunikasi. Menurut Nasrullah (Nasrullah, 2015), media sosial juga memiliki karakteristik khusus yaitu:

1. Jaringan merupakan infrastruktur yang sangat penting dalam menghubungkan computer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini sangat di perlukan karena komunikasi dapat terjadi jika antara computer telah terhubung termasuk di dalamnya perpindahan data.
2. Informasi, informasi menjadi entitas penting di media sosial karena penggunaannya mengkreasikan representasi pada identitasnya, memproduksi konten dan juga melakukan interaksi berdasarkan informasi.
3. Arsip, arsip media sosial menjadi karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui perangkat lainnya.
4. Interaksi media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang sekedar menjalin dan memperluas pertemanan
5. Simulasi sosial memiliki karakter sebagai meduium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual
6. Konten di media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi dari pemiliknya sendiri
7. Simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan peluan dan keleluasaan bagi penggunaanya untuk berpartisipasi.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki enam kategori besar untuk melihat pembagiannya

1. Media jejaring sosial
2. Jurnal online (blog)
3. Jurnal online sederhana atau microblog
4. Media berbagi (Media Sharing)
5. Penanda Sosial (Social bookmarking)
6. Media konten Bersama atau wiki

D. Misa Daring

Misa terdiri atas dua bagian yaitu Liturgi Sabda dan Liturgi Ekaristi. Kedua bagian tersebut begitu erat satu sama lain, Sabda Allah dalam misa merupakan sarana untuk menjadi hidangan pengajaran bagi orang-orang beriman, dan Tubuh Kristus dihidangkan sebagai makanan bagi mereka di samping itu juga ada Ritus Pembuka dan Ritus Penutup berikut Tata Perayaan Ekaristi :

a. Upacara Pembuka

- 1) Pastor membuka perayaan ekaristi dengan memimpin tanda salib
- 2) Perayaan ekaristi diawali Pastor dengan salam “Tuhan sertamu” dan umat menjawab “dan sertamu juga”

b. Liturgi Sabda

- 1) Bacaan Pertama
- 2) Bacaan Kedua
- 3) Bacaan Injil
- 4) Doa Umat

c. Liturgi Ekaristi

- 1) Penghunjukan Persembahan

2) Prefasi

3) Komuni

d. Penutup

1) Berkat dan pengutusan

2) Perarakan keluar

Misa online muncul sebagai fenomena yang baru dihadapi oleh umat Katolik selama periode pandemi, menjadi sebuah peristiwa yang memungkinkan mereka untuk melaksanakan kegiatan ibadah. Misa, sebagai kebutuhan dan pilar kepercayaan umat Katolik, memberikan pengalaman keagungan dan kebesaran Tuhan, terutama ketika piala anggur dan roti diangkat, dan umat menyembah dengan penuh hormat. Umat ini sangat meyakini bahwa piala anggur dan roti tersebut mewakili tubuh dan darah Kristus. Ketika menerima tubuh dan darah Kristus, umat Katolik mengaitkan makna mendalam yang tidak dapat digantikan, karena mereka mempercayai sepenuhnya pada sakramen tersebut.

Partisipasi dalam misa offline memberikan pengalaman yang lebih intens bagi umat Katolik, di mana mereka merasakan salam damai dan berkat langsung dari rohaniyah, juga memberi mereka kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan rohaniyah dan sesama umat di sekitarnya. Ini menjadi sebuah pengalaman yang sangat berarti dalam praktik ibadah mereka, memperkuat rasa keterhubungan dan kehadiran spiritual yang tidak dapat dihindari dalam ritual misa secara fisik.

Umat umumnya mengikuti pelaksanaan misa secara online melalui platform media online seperti YouTube. Dalam konteks ini, diperlukan perangkat pendukung seperti laptop atau smartphone yang dapat terkoneksi dengan internet agar memenuhi kebutuhan beribadah. Proses ibadah dilakukan dengan menonton

tayangan misa yang disediakan di platform YouTube. Konsepnya adalah umat sebagai penerima pesan yang berkomunikasi melalui perantara untuk berpartisipasi dalam ibadah, yang dapat mempengaruhi terbentuknya sikap suka atau tidak suka terhadap pengalaman tersebut.

E. Persepsi Khalayak

Komunikator massa berharap agar pesan-pesan yang disampaikannya dapat menarik perhatian para penerima pesan, sehingga mampu menciptakan perubahan dan memfasilitasi pemahaman terhadap konten yang disampaikan oleh komunikator massa. Hal ini juga berpotensi memengaruhi perubahan dalam perilaku, keyakinan, atau menimbulkan respons tingkah laku yang diinginkan. Dalam konteks ini, teori persepsi menggambarkan bahwa proses interpretasi pesan merupakan suatu proses yang sangat kompleks.

Menurut kutipan dari Severin dan James W. (Severin, 2008) sebagaimana yang dikutip dari Lahlry (1991), persepsi didefinisikan sebagai suatu proses penginterpretasian data sensoris. Data sensoris merupakan informasi yang diterima melalui lima indra manusia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua jenis pengaruh dalam proses persepsi, yaitu pengaruh struktural dan fungsional. Penafsiran pesan dalam konteks komunikasi dijelaskan sebagai proses penyandian balik (decoding), yang melibatkan persepsi atau rangsangan perasaan serta proses informasi lebih lanjut.

Dalam ranah teori komunikasi, dipaparkan dalam suatu literatur yang menegaskan bahwa para psikolog telah mengungkap kompleksitas proses persepsi.

Salah satu definisi yang disajikan menggambarkan persepsi sebagai suatu rangkaian proses yang rumit, di mana individu memiliki kemampuan untuk memilih, mengorganisir, dan menginterpretasikan respons terhadap rangsangan dalam suatu konteks sosial yang penuh dengan makna dan logika (Berelson dan Steiner, 1964).

Penelusuran konsep ini lebih lanjut menyebutkan bahwa persepsi visual, sebagai suatu entitas terkait, melibatkan segala bentuk yang dapat dilihat yang terbentuk oleh daya inteligensi visual berdasarkan pada prinsip-prinsip tertentu. Artinya, individu tidak hanya memproses informasi visual secara mekanis, tetapi juga melibatkan pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi yang mendalam dalam situasi masyarakat yang dihadapi.

Respons dalam kerangka penelitian ini mengacu pada respons, reaksi, dan tanggapan yang termanifestasikan dari umat Katolik saat mereka mengikuti misa melalui layanan live streaming. Fenomena ini menjadi inti permasalahan yang diselidiki dalam penelitian ini terkait dengan bagaimana persepsi umat terbentuk saat melaksanakan misa secara daring. Saat umat melakukan misa secara langsung di gereja, perhatian mereka sangat terfokus, dan mereka dapat merasakan suasana keagungan dengan mendalam. Ketika mereka berpartisipasi langsung di gereja, pengalaman keagamaan mereka benar-benar tercermin dalam keterlibatan penuh dalam perayaan ekaristi, di mana mereka meresapi dan mengimani peristiwa tersebut.

Perbandingan suasana ketika menghayati misa di gereja dan di rumah menunjukkan perbedaan yang signifikan. Di dalam gereja, umat terlibat secara

langsung dan dapat merasakan penghayatan yang mendalam, sementara di rumah, keterlibatan mereka tidak dapat seoptimal saat berada di gereja.

G. Teori Perbedaan Individu

Teori yang diinisiasi oleh Melvin L. Defleur, dikenal sebagai "*Individual Differences Theory of Mass Communication Effect*" membahas variasi respons yang timbul pada individu-individu sebagai audiens media massa saat terpapar olehnya. Teori ini menyoroti perbedaan yang muncul pada tingkat perhatian yang diberikan oleh individu terhadap pesan-pesan media massa, yang dipengaruhi oleh sikap mereka yang didasarkan pada kepercayaan dan nilai-nilai personal. Komunikasi massa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi individu, dan setiap individu merespons pesan-pesan media massa sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pribadinya.

Efek yang dihasilkan dari paparan pesan media massa bervariasi di antara individu, meskipun pesan yang diterima serupa. Hal ini disebabkan oleh perhatian, minat, dan keinginan yang berbeda-beda pada setiap individu, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti usia, sikap, minat, pekerjaan, agama, dan elemen-elemen lainnya. Teori ini menegaskan bahwa pesan media yang berfungsi sebagai stimulus menghasilkan respons yang unik pada setiap individu, yang dipengaruhi oleh beragamnya karakteristik individu seperti kecerdasan, kecakapan, hasil belajar, bakat, sikap, kebiasaan, pengetahuan, kepribadian, cita-cita, kebutuhan, minat, pola-pola dan tempo perkembangan, serta ciri-ciri jasmaniah dan latar belakang individu.

1. Perbedaan Kognitif

Perbedaan kognitif mencakup kemampuan yang diperoleh melalui penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Setiap individu memiliki persepsi yang unik terhadap suatu objek, yang bersumber dari pengamatan atau penyerapan informasi. Individu membentuk persepsi dan pengetahuan yang terorganisir secara sistematis.

2. Perbedaan Kecakapan Bahasa

Kecakapan bahasa merupakan aspek penting dalam kemampuan individu, dan setiap orang memiliki kemampuan berbahasa yang beragam. Kemampuan berbahasa menentukan kemampuan seseorang untuk menyatakan pemikiran secara logis dan sistematis. Faktor-faktor seperti kecerdasan, lingkungan, dan kondisi fisik memengaruhi kemampuan berbahasa.

3. Perbedaan Kecakapan Motorik

Perbedaan dalam kemampuan psikomotorik mencakup koordinasi gerakan motorik yang diatur oleh sistem saraf pusat untuk menjalankan kegiatan tertentu.

4. Perbedaan Latar Belakang

Perbedaan latar belakang dan pengalaman individu dapat mempengaruhi prestasi, bergantung pada potensi individu dalam mengasimilasi bahan.

5. Perbedaan Bakat

Bakat merujuk pada kemampuan khusus yang dimiliki sejak lahir dan dapat berkembang melalui rangsangan dan pembinaan yang tepat.

6. Perbedaan Kesiapan Belajar

Perbedaan kesiapan belajar mencakup aspek sosioekonomi dan sosial-budaya yang memengaruhi perkembangan anak. Anak-anak pada usia yang sama mungkin tidak memiliki tingkat kesiapan yang sama dalam menerima pengaruh eksternal.

7. Perbedaan Lingkungan Keluarga

Perbedaan lingkungan keluarga, terutama dalam hal kesejahteraan dan tingkat pendidikan orang tua, dapat memengaruhi kecepatan pembelajaran anak.

8. Latar Belakang Budaya dan Etnis

Perbedaan latar belakang budaya dan etnis dapat mempengaruhi motivasi belajar, menciptakan pandangan yang berbeda terhadap pendidikan dan pembelajaran.

9. Faktor Pendidikan

Faktor pendidikan memainkan peran penting dalam prestasi akademik. Anak-anak yang terlibat dalam program pendidikan yang efektif cenderung mencapai hasil di atas rata-rata, sedangkan mereka yang memiliki pengalaman terbatas mungkin mengalami kesulitan dalam memahami materi yang lebih lanjut.